



**UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN PABLO**

**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**FACULTAD DE LAS CIENCIAS ECONÓMICO EMPRESARIALES**

**“ESTUDIO DE LA ATRACTIVIDAD EMPRESARIAL PERCIBIDA POR LOS  
BACHILLERES DE ADMINISTRACIÓN  
DE NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN PABLO  
EN SUS PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES 2013-2014”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADAS  
EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**PRESENTADO POR LAS BACHILLERES:**

- **GONZA SONCO, ORIANA DEL  
SOCORRO**
- **PÁEZ OLAECHEA, GIGI KELLY**

**ASESOR**

**JOSÉ ALONSO CALIENES ANTEZANA**

**AREQUIPA, 2015**

## **Resumen**

El presente estudio busca profundizar los conocimientos sobre la dimensión de la atraktividad empresarial y analizar las variables que ejercen influencia sobre ésta, basándose en la obra de Fundamentos de la Dirección de Empresas de Juan Antonio Pérez López.

La investigación realizada es de carácter descriptiva; la población fue en su totalidad de 146 bachilleres en Administración de Negocios de la Universidad Católica San Pablo 2013 – 2014, de los cuales se tomó una muestra correspondiente al 72.6% -106 encuestados- aplicándoles una encuesta valorativa tipo Likert que permitió precisar las percepciones de los bachilleres y medir la atraktividad empresarial.

Las variables Estructura Real, Objeto o Competencia Distintiva, y Estilos de Dirección –Delegación, Participación, Comunicación, Sistema Informal de Formación y Sistema Informal de Incentivos- tienen una relación directa con la atraktividad empresarial. Mientras que el Control manipulativo –que forma parte de los Estilos de Dirección- tiene una relación inversa a la atraktividad empresarial.

Los resultados mostraron que el 71,2% de los encuestados percibieron un buen nivel de atraktividad empresarial cuando realizaron sus prácticas preprofesionales, y éste puede mejorarse aunque no sea necesario.

## **Abstract**

This study seek to deepen knowledge of the size of attractiveness and analyze the variables that influence it, based on the work of Fundamentos de la Dirección de Empresas of Juan Antonio Pérez López.

The research is descriptive in nature, the total population was 146 graduates in Business Administration from the San Pablo Catholic University from 2013 to 2014, of which a sample corresponding to 72.6% 106 respondents- was taken by applying a survey Likert valuation that allowed precise perceptions of graduates and measure business attractiveness.

The actual structure, object or distinctive competence, Leadership Styles Delegation, Participation, Communication, Informal System of Training and Incentives- have a direct relationship with the attractiveness. While the Manipulative Control -which is part of the Leadership Styles- has an inverse relationship with attractiveness.

The results showed that 71.2% of respondents perceived business attractiveness when they made their pre-professional practices, and it can improved even if not necessary.